



JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
<http://ojs.uninus.ac.id/index.php/JPKM>
DOI: <https://doi.org/10.30999/jpkm.v14i1.3105>



PENGEMBANGAN BISNIS UMKM PRODUK KHAS DESA WANGUNSARI

**Inayati Nasrudin, Novi Mardiana, Nurwathi, Ade Geovania Azwar, Ahmad Munandar, Djoko Pitoyo,
Sofiani Nalwin Nurbani, Dyah Kusumastuti,**

Universitas Sangga Buana, Jl. PHH Mustofa No.68, Bandung
Email: novi.mardiana@usbypkp.ac.id

Naskah diterima; Maret 2024; direvisi Mei 2024, disetujui Juni 2024; publikasi online Juli 2024

Abstract

MSMEs are one of the business sectors in Indonesia that are able to survive amidst the pandemic and weakening global economic conditions. One of these MSME groups is the Kecimpring MSMEs in Wangunsari Village, Sindangkerta District, West Bandung Regency. Wangunsari Village is located in a very strategic area as it is an alternative route for tourists to and from Lembang. Apart from this, the quality and variety of Kecimpring products, a typical Sundanese food, is an added value to the development potential of this business. See this valuable potential, it is necessary to make sustainable development efforts such as supporting the production process, optimising inventory, improving packaging and digital marketing. Sangga Buana University's Industrial Engineering study programme, which has resources in product development, production management and digital marketing, is trying to play an active role in the evolving MSMEs in Wangunsari village. This active role is executed under the umbrella of Community Service (PKM) activities initiated by a team from the Faculty of Engineering, Sangga Buana University, in collaboration with the Wangunsari Village Government. The coaching activities will take the form of conducting focus group discussions on the importance of digital marketing for MSME stakeholders. It is imminent that the understanding gained by the MSME players about digital marketing can encourage the MSME players to start moving towards the use of digital media in the marketing of their products to a far-reaching area.

Keyword : MSMEs, Business Development, Digital Marketing, AIDA Method, Focus Group Discussion

Abstrak

UMKM adalah satu dari sedikit sektor bisnis di Indonesia yang mampu bertahan ditengah pandemi dan melemahnya kondisi ekonomi global. Salah satu kelompok UMKM tersebut adalah UMKM dengan produk kecimpring di Desa Wangunsari, Kecamatan Sindangkerta, Kabupaten Bandung Barat. Desa Wangunsari sendiri terletak di wilayah yang sangat strategis karena merupakan jalur alternatif wisatawan dari dan menuju lembang. Selain itu, melihat kualitas dan ragam produk kecimpring yang merupakan makanan khas Sunda, menjadi nilai tambah akan potensi berkembangnya bisnis ini. Melihat potensi yang besar tersebut, perlu dilakukan upaya-upaya pengembangan yang berkelanjutan seperti pendampingan proses produksi, optimasi persediaan, perbaikan kemasan, maupun pemasaran digital. Program Studi Teknik Industri Universitas Sangga Buana, yang memiliki sumber daya dalam bidang pengembangan produk, manajemen poduksi dan pemasaran digital, mencoba berperan aktif dalam pengembangan UMKM di Desa Wangunsari. Peran aktif ini diimplementasikan dalam payung kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang diinisiasi oleh Tim dari Fakultas Teknik Universitas Sangga Buana bekerja sama dengan Pemerintah Desa Wangunsari. Kegiatan pembinaan dilakukan dalam bentuk penyelenggaraan Focus Grup Discussion tentang pentingnya pemasaran digital kepada para pelaku UMKM tersebut. Pemahaman yang diperoleh pelaku UMKM tentang pemasaran digital, diharapkan dapat mendorong pelaku UMKM untuk mulai bergerak memanfaatkan media digital dalam pemasaran produknya ke wilayah yang lebih luas.

Kata Kunci: UMKM, Pengembangan Bisnis, Pemasaran Digital, Metode AIDA, Focus Group Discussion

A. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara terbesar di Asia Tenggara, memiliki pertumbuhan ekonomi yang kuat dan persisten tinggi di dunia, karena berdasarkan data Kementerian Keuangan, pertumbuhan ekonomi Indonesia selalu diatas 5% secara berturut-turut dalam 6 kuartal terakhir (Kementerian Keuangan, 2024). Pertumbuhan ekonomi yang baik dibandingkan banyak negara lain yang masih berjuang memulihkan perekonomian, tidak lepas dari kontribusi pelaku UMKM di seluruh Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia sebagai negara berkembang ditopang oleh perekonomian rakyat yang kuat. Perekonomian rakyat tersebut terwujud dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Halim, 2020). Asian Development Bank (ADB) mencatat bahwa terdapat setidaknya sekitar 64,9 juta pelaku UMKM yang berperan dalam perekonomian Indonesia (Asian Development Bank, 2021). Keberadaan UMKM sangat penting karena mampu menyerap lebih dari 95% angkatan kerja di Indonesia selama periode 2010-2019 dan berkontribusi cukup signifikan terhadap PDB Indonesia (Sekretariat Nasional, ASEAN-Indonesia, 2020). Namun, data lain menunjukkan bahwa, berdasarkan survey ADB di tahun 2022, ADB juga menyebut 48,6 % sangat merasakan dampak pandemi (Kepala Staf Presiden, 2022). Lini bisnis UMKM yang mampu bertahan selama dan setelah pandemi adalah UMKM yang memiliki ciri yaitu : 1) Mampu membuat inovasi produk, 2) Mampu mengoptimalkan media digital dalam pemasaran produk dan 3) UMKM bergerak dalam pemnyediaan barang kebutuhan dasar Masyarakat (Rahmi, 2020).

Dampak pandemi Covid-19 terhadap UMKM terutama terjadi pada proses produksi dan penjualan produk (Hernikawati, 2022). Pandemi menyebabkan turunnya daya beli Masyarakat yang berimbas pada omset penjualan UMKM yang berimplikasi terhadap keseluruhan rantai bisnis UMKM tersebut. Maka perlu diupayakan berbagai cara dan inovasi untuk mempertahankan dan mengembangkan potensi dan keberlangsungan bisnis UMKM. Upaya tersebut diantaranya memperbaiki proses

produksi, meningkatkan produktivitas produksi, melakukan inovasi dan diversifikasi produk, maupun memperluas wilayah pemasaran melalui media digital. Upaya tersebut tidak dapat dilakukan secara mandiri oleh pelaku UMKM dikarenakan keterbatasan pendidikan, akses informasi dan akses pemodal. Maka sebagai wujud implementasi Tri Dharma perguruan tinggi, Tim PKM Program Studi Teknik Industri Universitas Sangga Buana melibatkan diri dan ikut serta berkontribusi dalam upaya-upaya pembinaan dan pengembangan UMKM tersebut.

Pada kegiatan PKM kali ini, fokus kegiatan adalah pembinaan UMKM dalam hal peningkatan kualitas produk berdasarkan data preferensi konsumen sebagai persiapan penggunaan media digital untuk pemasaran produk. Tema ini dipilih setelah melakukan survei, wawancara dan pengamatan ke tempat produksi milik pelaku UMKM di Desa Wangunsari, Kecamatan Sindangkerta, Kab. Bandung Barat. Desa Wangunsari adalah desa hasil pemekaran tahun 1990 yang sangat strategis karena menjadi jalur alternatif wisatawan dari dan menuju Lembang, dengan potensi ekonomi rakyat yang sangat menjanjikan (Wikipedia, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemerintah daerah setempat, diketahui bahwa mayoritas penduduk desa Wangunsari merupakan petani, dan peternak sapi, serta sebagian memiliki usaha UMKM. Komunitas petani dan peternak jauh lebih maju dibandingkan dengan pelaku UMKM yang masih belum lama berkembang di desa tersebut. Namun, walaupun tergolong baru dibandingkan unit usaha lain, potensi yang dimiliki pelaku UMKM sangat besar untuk terus maju dan berkembang. Hal ini mengingat bahwa sebagian produk UMKM yang dihasilkan adalah makanan khas tradisional khas daerah tataran Sunda seperti kecipring, tape, opak, dodol dan lain sebagainya, disamping produk UMKM hasil pertanian dan peternakan seperti aneka keripik, dimsum, keju, yoghurt dan berbagai makanan lain hasil olahan susu sapi. Namun potensi yang besar tersebut belum sepenuhnya dikelola dan dimunculkan sebagai kekuatan ekonomi rakyat yang mampu memberdayakan dan

mensejahterakan, khususnya para pelaku UMKM tersebut. Hal ini karena keterbatasan kompetensi SDM pelaku UMKM yang menyebabkan kurangnya kesadaran terhadap akses informasi terkait pengembangan usahanya.

Pelaku UMKM cenderung mengeksekusi proses bisnis secara otodidak dan tradisional serta merasa cukup atas pencapaian yang diperoleh hingga saat ini. Kurangnya motivasi untuk maju dan berkembang ini baiknya dihilangkan melalui banyak sosialisasi, pelatihan maupun pendampingan terhadap pelaku UMKM terkait hal-hal yang mendukung kemajuan usaha oleh para civitas akademika perguruan tinggi melalui kegiatan PKM.

Maka Program Studi Teknik Industri Universitas Sangga Buana yang memiliki SDM dengan kompetensi terkait masalah yang dihadapi pelaku UMKM, mencoba terlibat aktif melakukan kegiatan serangkaian kegiatan PKM di Desa Wangunsari, Kecamatan Sindangkerta, Kab. Bandung Barat dengan sasaran kelompok UMKM yang memproduksi Kecimpring. Adapun tujuan pelaksanaan PKM ini dibagi menjadi dua tujuan yakni:

a. Tujuan Umum

Tujuan umum berkaitan dengan pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Dosen dan Mahasiswa Universitas Sangga Buana, khususnya Program studi Teknik Industri, adalah:

1. Mengimplementasikan kegiatan Tri Dharma perguruan tinggi kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan yang ada di masyarakat
2. Mengaktualisasikan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki Dosen dan Mahasiswa berdasarkan kompetensi program studi.
3. Turut serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pelatihan, pembinaan dan pendampingan terhadap potensi ekonomi yang dimiliki daerah.

b. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus yang ingin diraih dari pelaksanaan PKM ini yaitu :

1. Membantu merumuskan masalah yang menghambat perkembangan bisnis UMKM
2. Memberikan transfer ilmu pengetahuan terkait proses produksi, manajemen produksi, sistem persediaan dan pemasaran kepada pelaku UMKM.
3. Melakukan pendampingan kepada pelaku UMKM.
4. Melakukan perencanaan kegiatan PKM lanjutan setelah kegiatan pertama selesai.

B. METODE

Berdasarkan masalah masalah yang telah dipaparkan dalam pendahuluan, Tim PKM Program Studi Teknik Industri Universitas Sangga Buana melaksanakan kegiatan pendampingan proses produksi dan Focus Group Discussion (FGD) terhadap pelaku UMKM. Dua kegiatan tersebut dilaksanakan oleh Dosen dan Mahasiswa sebagai Tim PKM, melalui tahapan sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Pada tahap ini Tim PKM Prodi Teknik Industri yang menjadi bagian dari Tim Fakultas Teknik Universitas Sangga Buana melakukan survei dan wawancara awal ke Desa Wangunsari Kecamatan Sindangkerta Kabupaten Bandung Barat, yang dilaksanakan pada tanggal 20 September 2022. Survei dan wawancara kepada pemerintah desa setempat dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang kewilayahan, potensi daerah, kegiatan produktif masyarakat dan permasalahan yang dihadapi masyarakat dalam membangun usaha produktif daerah, serta solusi yang diharapkan dapat menyelesaikan masalah.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara,

masalah-masalah yang ada segera dipetakan untuk diselesaikan dan dicarikan solusinya oleh Prodi-Prodi dibawah Fakultas Teknik Universitas Sangga Buana sesuai kompetensi keilmuan.



Gambar 1. Survei Pertama

Dari hasil pemetaan tersebut, Tim Prodi Teknik Industri diberi tugas untuk menangani masalah terkait pengembangan UMKM. Sehingga, Tim PKM Prodi Teknik Industri segera berkeliling ke beberapa sentra pelaku UMKM penghasil produk olahan susu sapi, untuk melakukan survei, wawancara dan pengamatan dengan tujuan mengumpulkan data dan informasi agar dapat memetakan kebutuhan pelaku UMKM yang dapat diselesaikan oleh Tim Prodi Teknik Industri.

Langkah selanjutnya dari tahap ini adalah mendiskusikan apakah masalah yang ada dari hasil survei pertama dapat diselesaikan oleh Tim Teknik Industri. Berdasarkan hasil diskusi, masalah-masalah UMKM penghasil produk olahan susu bukan dalam cakupan keilmuan Teknik Industri. Namun, informasi dari pemerintah Desa Wangunsari menyatakan bahwa ada kelompok UMKM penghasil produk Kecimpring yang memiliki masalah yang dapat diselesaikan oleh Tim Prodi Teknik Industri. Masalah tersebut terkait dengan keseluruhan proses produksi hingga pemasaran. Kecimpring adalah makanan tradisional yang terbuat dari bahan utama singkong, biasanya berbentuk lingkaran tipis dan memiliki aneka rasa seperti rasa original, rasa bawang, dan pedas manis. Sebagai nilai tambah, Kecimpring yang diproduksi pelaku UMKM di Desa Wangunsari memiliki kekhasan dari sisi tekstur dan rasa

dibandingkan produk yang sama di wilayah lain.

Langkah selanjutnya adalah menyusun proposal kegiatan PKM untuk mendapatkan persetujuan dari pihak yang berwenang dalam hal ini adalah Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Sangga Buana dan Pemerintah Desa Wangunsari.



Gambar 2. Diskusi Penyusunan Proposal PKM

Dikarenakan data dan informasi yang didapat pada survei pertama belum memenuhi kebutuhan tujuan PKM yang akan dilakukan, maka dilakukan survei kedua pada tanggal 4 Mei 2023.



Gambar 3. Survey Kedua

Survei kedua ini difokuskan pada pelaku UMKM yang menghasilkan produk khas Desa Wangunsari, yakni produk Kecimpring. Pada survei kedua, diperoleh beberapa rumusan masalah yang lebih spesifik seperti disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rumusan Masalah dan Rencana Solusi

No	Masalah	Rencana Solusi
1	Penyediaan bahan baku	Perencanaan produksi dan persediaan serta modal yang cukup
2	Produk cacat karena cuaca	Mesin pengereng
3	Diversikasi produk	Pendanaan
4	Izin IRT dan sertifikasi halal	Pendampingan
5	Kemasan dan branding	Upgrade desain kemasan dan promosi
6	Penjualan produk yang terbatas	Pemasaran berbasis digital

Rencana Solusi dari setiap masalah pada Tabel 1 tersebut, diagendakan akan dieksekusi pada kegiatan PKM lanjutan. Hal ini bertujuan untuk memberi manfaat secara lebih komprehensif dan lebih banyak kepada pelaku UMKM. Melalui kegiatan PKM yang terencana dan berkelanjutan, pelaku UMKM diharapkan menerima dampak positif lebih besar terkait pengembangan usahanya yang berimplikasi pada peningkatan kesejahteraannya.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara kepada kelompok pelaku UMKM pada Tabel 1, prioritas masalah yang ingin diselesaikan adalah masalah nomor 5. Tim PKM sendiri telah memiliki pengalaman sebelumnya terkait pemecahan masalah yang dimiliki pelaku UMKM, seperti masalah optimasi proses produksi (Nurwathi, dkk, 2021), pemasaran berbasis teknologi (Ade, GA, dkk, 2021), optimasi metode pengemasan produk UMKM (Nurwathi, dkk, 2023).

Pada kegiatan PKM kali ini, Tim PKM Prodi Teknik Industri Universitas Sangga Buana memutuskan untuk menyelenggarakan Focus Group Discussion (FGD) terkait topik ini. Teknik pelaksanaan kegiatan PKM didiskusikan dalam FGD para dosen Prodi Teknik Industri pada tanggal 10 Mei 2023. Berdasarkan hasil diskusi pada forum ini, dirumuskan beberapa hal terkait pelaksanaan FGD di Desa Wangunsari. Hal-hal tersebut yaitu: 1) Perumusan kuisisioner preferensi konsumen terkait produk Kecimpring,

2) Pembagian tugas masing-masing anggota Tim PKM, dan 3) Rencana PKM lanjutan.



Gambar 4. FGD Pelaksanaan PKM

Penggunaan kuisisioner dimaksudkan untuk mendapatkan data perilaku konsumen terhadap produk Kecimpring sebagai bahan diskusi pelaksanaan FGD dengan pelaku UMKM. Data preferensi konsumen suatu produk sangat penting karena dapat membantu pelaku usaha untuk mempertimbangkan produk dan strategi yang cocok bagi setiap pelanggannya secara lebih spesifik dan personal (N. Mardiana, dkk, 2022).

Kuisisioner perilaku konsumen disusun terinspirasi dari variabel - variabel pada metode AIDA yaitu variabel Awareness/Kesadaran, Interest/Minat, Desire/Keinginan, dan Action/Aksi. Metode AIDA adalah metode yang dikembangkan oleh St. Elmo Lewis pada tahun 1898 dalam kajiannya tentang personal selling (Javan, dkk, 2018). Metode tersebut adalah salah satu metode klasik dalam strategi pemasaran produk. Menurut metode AIDA, promosi yang terencana dengan baik adalah hal terpenting seorang konsumen melakukan Action/Aksi pembelian produk. Metode AIDA telah diimplementasikan dalam pengembangan UMKM penghasil tenda kemping di Sidoarjo, Jawa Timur (K. Pramita & L.A. Manafe, 2022). Metode AIDA dan kaitannya dengan pemasaran digital dijelaskan dalam FGD oleh Tim PKM Prodi Teknik Industri kepada pelaku UMKM.

Pertanyaan dalam kuisisioner terdiri atas pertanyaan terkait identitas responden, pengenalan terhadap produk dan variabel yang mendukung minat konsumen untuk membeli sebuah produk Selanjutnya, data hasil rekapitulasi

respon konsumen dianalisis secara deskriptif kemudian disajikan dan didiskusikan dalam FGD Bersama pelaku UMKM.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan kegiatan FGD pada tanggal 30 Mei 2023, sebelum FGD dilaksanakan, pada pagi hari yang sama Tim PKM Prodi Teknik Industri melakukan pendampingan proses produksi serta melakukan pengamatan dan pengambilan data untuk keperluan data kegiatan PKM berikutnya terkait peningkatan kinerja proses produksi.



Gambar 5. Pendampingan Proses Produksi

Selanjutnya, kegiatan FGD dilaksanakan di Aula Desa Wangunsari Kecamatan Sindangkerta, Kab. Bandung Barat. Jumlah peserta FGD yang hadir pada saat itu berjumlah 18 orang, terdiri atas Pelaku UMKM, Tim PKM Prodi Teknik Industri, Pemerintah Desa Wangunsari, Tokoh Masyarakat dan Mahasiswa.

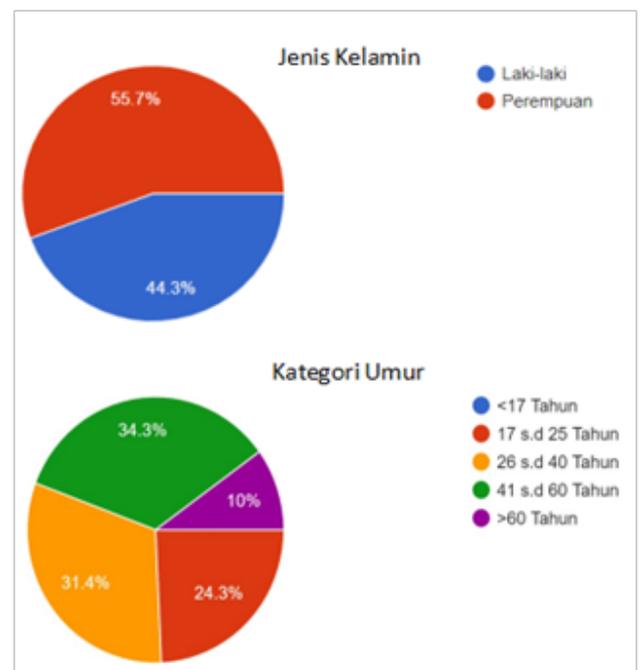
Acara dibuka oleh Kepala desa Wangunsari, dilanjutkan dengan paparan hasil survei kuesioner perilaku konsumen dan kaitannya dengan metode AIDA serta konsep pemasaran digital oleh Tim PKM Prodi Teknik Industri. Pelaku UMKM menyimak dan memberi tanggapan serta berdiskusi dengan semua Tim PKM. Acara ditutup dengan pemaparan rencana kegiatan PKM berikutnya yang disetujui bersama pelaku UMKM dan pemerintah Desa Wangunsari untuk dilaksanakan lebih lanjut.



Gambar 6. Persiapan Keberangkatan Tim PKM

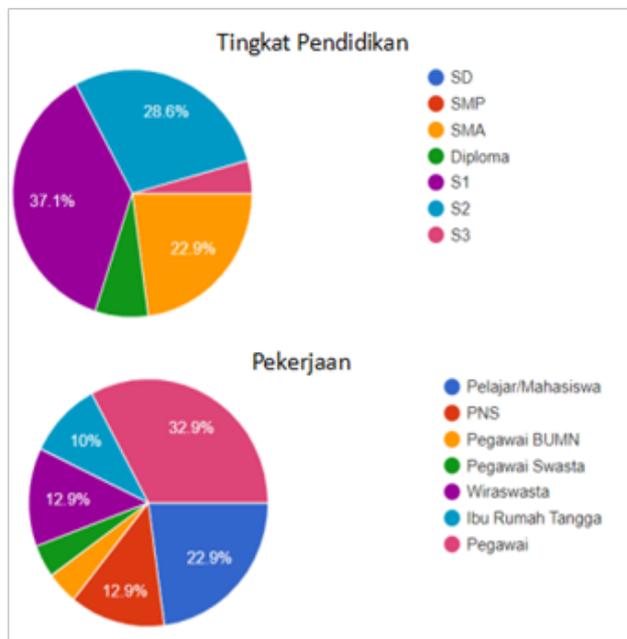
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi FGD yang dipaparkan pertama merupakan hasil analisis deskriptif terhadap rekapitulasi kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat luas sebagai konsumen dan calon konsumen produk Kecimpring. Penyebaran kuisisioner selama 2 minggu dilakukan menggunakan media Google Form. Sebaran data latar belakang konsumen/calon konsumen sebagai responden disajikan pada Gambar 7 dan Gambar 8.



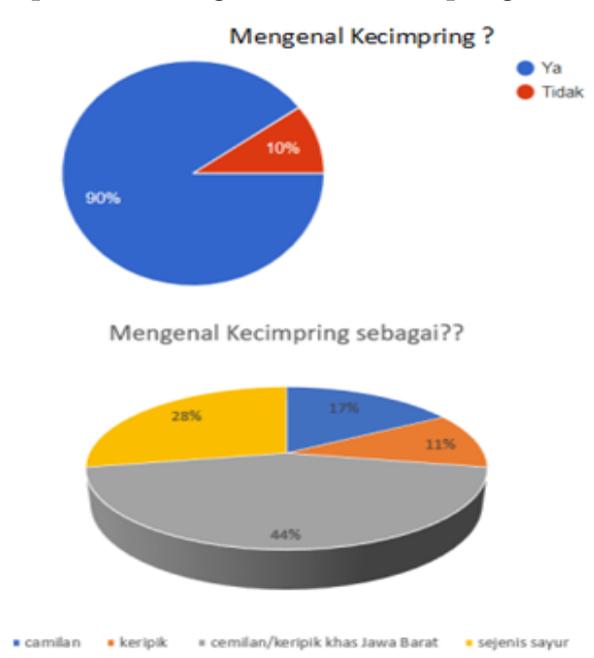
Gambar 7. Jenis Kelamin dan Usia Responden

Responden adalah masyarakat Jawa Barat sebanyak 178 orang, yang berusia 17-60 tahun dengan berbagai latar belakang pendidikan, pekerjaan dan pendapatan yang sebagian besar berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan hasil survei, (Gambar 7 dan gambar 8).



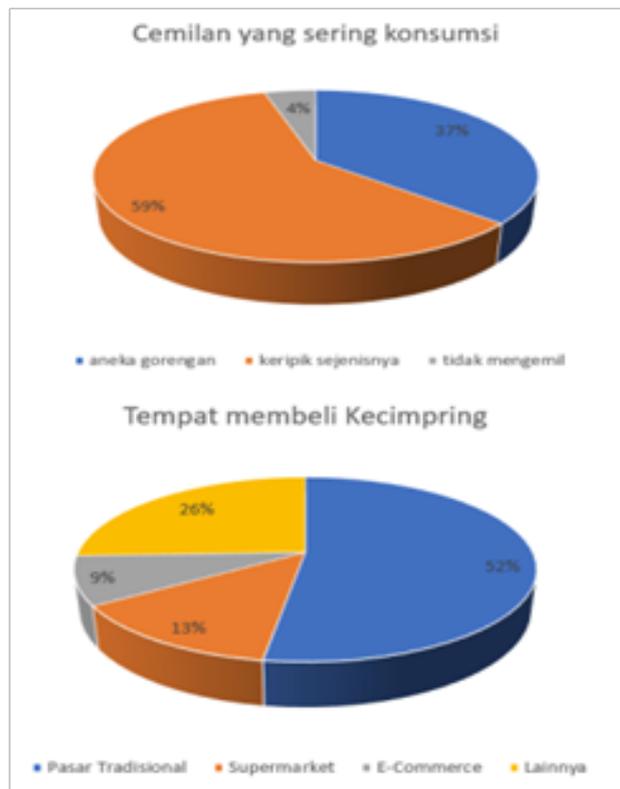
Gambar 8. Sebaran Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan Responden

Pada Gambar 9 juga terlihat bahwa Sebagian besar responden menyukai cemilan berjenis keripik, sesuai dengan bentuk Kecimpring.



Gambar 9. Pengenalan Responden terhadap Kecimpring

Sebagian besar responden telah mengenal produk Kecimpring sebagai cemilan sebagai cemilan yang dapat dibeli di pasar-pasar tradisional.



Gambar 10. Preferensi Jenis Cemilan dan Tempat Pembelian

Preferensi responden terhadap harga, gramasi kemasan dan rasa disajikan pada Gambar 8. Berdasarkan Gambar 8, terlihat bahwa sebagian besar responden menjawab harga yang pantas untuk produk Kecimpring per kg adalah 20-30 rb rupiah. Sebagian besar responden menyukai rasa asin gurih dibandingkan rasa yang lain. Dari sisi kemasan, konsumen lebih menyukai 1 warna polos yang dominan dengan ukuran kemasan 250 gram.



Gambar 11. Suasana FGD

Paparan berikutnya adalah tentang penerapan Metode AIDA dalam pemasaran digital yang disampaikan Tim PKM. Diskusi dua arah berjalan dengan baik antara Tim PKM dan pelaku UMKM. Tahapan akhir adalah pengambilan kesimpulan dan pemberian saran serta masukan kepada pelaku UMKM terkait pengembangan produknya. Dalam FGD juga dihasilkan kesepakatan tentang pelaksanaan kegiatan PKM berikutnya.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan serangkaian tahapan yang dilakukan Tim PKM Program Studi Teknik Industri dalam rangka kegiatan PKM sebagai wujud Tri implementasi Tri Dharma perguruan tinggi, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Desa Wangunsari merupakan desa yang sangat strategis dan memiliki potensi ekonomi yang sangat besar untuk terus dikembangkan sehingga menjadi ciri khas daerah.
2. Sebagian warga yang berprofesi sebagai pelaku UMKM sangat terbuka dalam menerima masukan dan saran untuk kemajuan usahanya.
3. Pelaku UMKM sangat menyadari pentingnya memanfaatkan semua peluang yang ada demi keberlangsungan usahanya.
4. Pelaku UMKM berharap pendampingan dilakukan secara berkelanjutan sehingga lebih berdampak.
5. Pelaku UMKM memiliki semangat untuk mengimplementasikan materi FGD dalam proses bisnis mereka.
6. Kegiatan PKM lanjutan dengan fokus pada perencanaan persediaan, perbaikan proses produksi, peningkatan kualitas pengemasan, pendampingan Perizinan Industri Rumah Tangga dan sertifikasi halal, harus dilaksanakan sehingga memiliki dampak

jangka panjang terhadap kemajuan UMKM binaan.

E. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada semua pihak, terutama kepada Para Pelaku UMKM, Pemerintah Desa Wangunsari, Fakultas Teknik dan LPPM Universitas Sangga Buana, sehingga kegiatan PKM dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Indonesia-Pertumbuhan-Terkuat-di-Dunia>
- Halim A. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *J Ilm Ekon Pembang* [Internet]. 2020;1(2):157–72. Available from:<https://stiemmamuju.ejournal.id/GJIEP/article/view/39>
- ADB. (2021). 2021 ADB Asia Small and Medium-Sized Enterprise Monitor Volume 1: Country and Regional Reviews. 2021 ADB Asia Small and Medium-Sized Enterprise Monitor Volume 1: Country and Regional Reviews.
- <https://setnasasean.id/news/read/adb-umkm-kunci-pemulihan-ekonomi-asia-tenggara>
- <https://www.ksp.go.id/moeldoko-akui-semangat-dan-ketahanan-umkm-hadapi-krisis.html>
- Rahmi,2020. Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis* DOI: 10.34127/jrlab.v9i2.380 Volume 9 No 2, November 2020 ISSN Cetak 2252-9993, ISSN Online 2598-618X
- Hernikawati D. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kota Palembang. *Komun Massa*. 2022;3(1):9–17.

https://id.wikipedia.org/wiki/Wangunsari,_Sindangkerta,_Bandung_Barat.

Nurwathi, AG. Azwar, N.Mardiana, A.Munandar, D. Pitoyo, I.Nasrudin, S.Nalwin Nurbani dan L.Nurhayati, "Pendampingan Proses Produksi Makanan Ringan Di PD. Nesif Desa Dayeuh Manggung Kabupaten Garut," *Jurnal Abdimas Sang Buana*, vol. 2, no. 1, pp. 14-19, 2021.

AG. Azwar, Nurwathi, N. Mardiana, L.Nurhayati, D. Pitoyo, A.Munandar, I.Nasrudin dan S.Nalwin, "Perancangan Pemasaran Online Berbasis E-Commerce Pada Produk UMKM PD NESIF Studi Kasus Di Desa Dayeuhmanggung Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut," *Jurnal Abdimas Sang Buana*, vol. 2, no. 2, pp. 51-55, 2021.

Nurwathi, Ade GA, A.Munandra, D. Pitoyo, N.Naqqasy Noor, dan Fahrulrozi. Pemanfaatan Mesin Vacum Pendamping Sealer Plastik Polypropylene (PP) Produk UMKM Dayeuhmanggung. *Jurnal Sang Buana* Vo.4 No.1 .2023.. <https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v4i1.2297>

Mardiana, N., Azwar, A. G., Nurhayati, L., Nurwathi, N., Wijaya, W., Munandar, A., Nasrudin, I., Kusumastuti, D., & Nurbani, S. N. (2022). Digitalisasi Pemasaran Hasil Produksi UMKM Desa. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v3i1.1150>

Javan, H. T., Khanlari, A., Motamedi, O., & Mokhtari, H. (2018). A hybrid advertising media selection model using AHP and fuzzy-based GA decision making. *Neural Computing and Applications*, 29(4), 1153–1167.

K. Pramita dan L.A. Manafe. Personal Selling Implementation and AIDA Model : Attention, Interest, Desire,Action. *International Journal of Entrepreneurship and Bussiness Development*. Vo.5 No.03. May 2022. Issn. 2597-4785.